

RESEÑAS

con modestia durante miles de años si el pudor no es más que lo que indica en esa definición? ¿Qué mujer querría reducir su atractivo?» (p. 140). En este capítulo desarrolla muy bien el verdadero significado del pudor en la mujer, su porqué, y su relación con los varones: «Lo que las mujeres permiten o no permiten tiene una profunda influencia en el comportamiento de toda la sociedad» (p. 162). Asimismo, habla del pudor como una realidad amenazadora para los partidarios de la igualdad radical entre el hombre y la mujer (o lo que es más preciso, la ausencia de diferencias), porque cada vez que reaparece, se convierte en una prueba que evidencia que las experiencias que tienen el varón y la mujer del amor y la sexualidad son totalmente diferentes, lo cual es una amenaza para el proyecto de una sociedad «unisex».

La autora dedica, además, un capítulo a abordar el pudor sexual masculino, que es igualmente importante, pero que tiene manifestaciones diferentes. Como el pudor, que hace tiempo convertía a una mujer en una dama, el honor masculino era lo que hacía que cada varón fuese un caballero: «Un hombre que no respeta el pudor

de una mujer, no era más viril: era menos hombre» (p. 241). Finalmente, termina esta segunda parte defendiendo que el pudor es algo natural, incluso en las sociedades sin pudor, y apoya esta idea con una serie de pruebas.

La última parte del libro se refiere a las mujeres que no hacen caso a los mensajes de nuestra cultura y, por unos motivos novedosos, vuelven a un ideal muy antiguo. De especial interés es el capítulo 10, titulado «El pudor y lo erótico», en el que expresa, con numerosos casos y ejemplos, como, en contra de lo que piensa la sabiduría popular, el pudor es algo muy distinto a ser remilgado. «El pudor es en realidad mucho más emocionante que la promiscuidad. Si el deseo no encuentra ningún obstáculo, ¿qué hay que sea digno de ser deseado?» (p. 304).

Nos encontramos ante un sugerente ensayo, escrito de una forma muy original, dirigido tanto educadores como a trabajadores sociales, padres de familia y a los jóvenes que se dirigen a la madurez. Es un libro que hace pensar y, en ocasiones, reír.

Esther GARCÍA

Domènec MELÉ, *Business Ethics in Action. Seeking Human Excellence in Organizations*, Hampshire-New York: Pallgrave Macmillan, 2009, 419 pp., 15,5 x 23,5, ISBN 978-0-230-57310-9.

Después de numerosos años dedicado a la enseñanza de la ética de los negocios (business ethics), el profesor Domènec Melé, que ostenta la cátedra de Business Ethics en el IESE de la Universidad de Navarra, ha publicado un manual sobre esta materia. El libro se dirige a estudiantes, pero también a las personas que se dedican a la empresa y a todos aquellos interesados en el mundo de

los negocios. La obra se titula *Business Ethics in Action* precisamente para subrayar la orientación práctica pretendida por el autor.

El libro consta de quince capítulos divididos en cinco partes: una introducción a la ética de los negocios (pp. 2-66); una parte dedicada a los aspectos morales de la actuación individual en una empresa («The individual within the organization», pp.

67-150); otra dedicada a la ética de la dirección empresarial («Managerial ethics», pp. 151-222), otra sobre la ética de las organizaciones («Organizational ethics», pp. 223-294) y la última sobre la dimensión social de la actuación de las empresas («Societal business ethics», pp. 295-364).

En la primera parte Melé se detiene en el papel de la ética de los negocios en el mundo actual, caracterizado por dos polos a menudo considerados como opuestos: mercado (con pretensiones de autosuficiencia) y Estado (con confianza en la omnipotencia de la regulación). La ética de los negocios quiere prestar un servicio a la sociedad respondiendo a los límites del mercado y de la regulación, en un contexto de diversidad cultural, religiosa, etc.

En la segunda parte, el autor se centra en la dimensión moral de la acción humana. Desde ahí se ocupa de la responsabilidad individual y de los juicios morales en el mundo de los negocios. A continuación se detiene en dilemas éticos a los que se enfrentan con cierta frecuencia los profesionales de los negocios (información confidencial, conflictos de intereses, fraude y apropiación indebida, sobornos, evasión de impuestos, etc.).

La tercera parte, más orientada a quienes tienen responsabilidades de dirección, versa sobre la finalidad más profunda de las empresas, el uso y mal uso del poder en la empresa o un completo repaso de las virtudes humanas necesarias para un adecuado liderazgo en las organizaciones. La cuarta parte se ocupa de la cultura de las organizaciones, las estructuras a que da lugar (diseño de puestos de trabajo, cuestiones relacionadas con la dignidad de los trabajadores), el marketing, la fijación de precios, etc.

Por último, en la quinta parte Melé trata los aspectos relacionados con la respon-

sabilidad social de las empresas, las relaciones con el poder político, el cuidado del medio ambiente, etc.

Todos los capítulos están muy orientados a la realidad del mundo de los negocios: además de los contenidos teóricos, cada capítulo se abre con un caso que ilustra el tema que se va a desarrollar, ofrece un breve excursus («insight») sobre alguna cuestión de actualidad relacionada, y se cierra con un caso que muestra la aplicación práctica de lo que se ha dicho, un dilema ético con sus correspondientes preguntas y una síntesis de las ideas aparecidas en el capítulo. Por otra parte, la exposición de los temas es sencilla y orientada a los estudiantes: al comienzo de cada capítulo se señalan los objetivos y conceptos clave; las ideas principales aparecen convenientemente resaltadas; son frecuentes los guiones así como tablas y gráficos cuando el autor las considera oportunas, etc. En ese sentido, el libro refleja la experiencia docente de años.

Melé no ha querido limitarse a una visión de la ética de los negocios centrada en reglas, valores comunes, etc., que puedan ser compartidos por todos. Entiende la ética de los negocios como una llamada a la excelencia humana (de ahí el subtítulo), que por eso no debe conformarse con mínimos. Su planteamiento está centrado en la persona, y en particular resalta las virtudes que informan el carácter y son decisivas para la actuación ética en los negocios. Y por último, pero no por eso menos importante, el libro tiene otra característica reseñable: quienes conocen las propuestas de la Doctrina Social de la Iglesia sabrán detectar su presencia discreta y su continua influencia a lo largo de todo el libro.

Gregorio GUTIÁN